



Heemstede In Kaart (HIK) is hét glossy magazine voor en door Heemstedenaren. Met haar opvallende en luxieuze uitstraling een lust voor het oog. HIK brengt Heemstede in kaart met nieuws, portretten en reportages van gemeentegenoten. De lezer wordt op de hoogte gebracht van al het moois wat de gemeente te bieden heeft. HIK biedt daarnaast een podium aan lokale ondernemers. Maak heel Heemstede en omstreken bekend met uw dienst of product door een bijdrage aan het magazine. Deelname is mogelijk op vele verschillende manieren, zoals een advertentie, reportage of productpresentatie. HIK wordt huis-aan-huis verspreid, uitgezonderd adressen met ja/nee- en nee/nee-stickers. Tevens wordt het magazine gratis verspreid via sportclubs, banken, zorgpraktijken, de gemeente en de bibliotheek van Heemstede.

Lezersprofiel: HIK is een glossy magazine voor de welgestelde en ondernemende Heemstedenaar. Ze werken hard, maar nemen ook ruim de tijd voor een goed glas wijn of een smakelijk diner met hun familie en vrienden. Ze geven hun geld graag uit aan kwalitatief hoogwaardige producten en verre reizen. Meer dan de helft van de inwoners van Heemstede is boven de 45 jaar en de man-vrouw verdeling is ongeveer gelijk.

Oplage: 8.000 exemplaren
Formaat: 250 x 350 mm (staand)
Aantal pagina's binnenwerk: 48 pagina
Verschijningsfrequentie: 1x per kwartaal

Advertentie

Zet uw bedrijf in de schijnwerpers met een full colour advertentie in ons magazine.

Binnenzijde cover	€ 1.250
Achterzijde cover	€ 1.750
2/1 pagina (spread)	€ 1.125
1/1 pagina	€ 750

Advertorial /Bedrijfspresentatie

Belicht uw bedrijf met een advertorial of kies voor een geheel verzorgde reportage van uw bedrijf in ons magazine.

2 pagina's	€ 1.370
1 pagina	€ 955

Inhoud magazine

In onderstaande rubrieken is het mogelijk om ruimte te reserveren, of kies voor een advertentie op de backcover of een van de twee binnencovers.

- Cover story
- Financieel
- Wonen
- Sport
- Onderwijs
- Reizen
- Media
- Online
- Juridisch
- Business
- Kids
- Culinair
- Beauty & Gezondheid
- Mode
- Lifestyle
- Kunst & Cultuur
- Society
- Agenda

Voor reservering van advertentieruimte in HIK magazine kunt u contact opnemen met Robbert-Jan Driessen via rjd@mediadam.nl of (023) 30 30 360.

De prijzen van advertorials zijn inclusief fotografie, redactie en vormgeving. Genoemde prijzen zijn exclusief btw.

Verschijningsdata 2018

Nummer 11	Maart	2018
Nummer 12	Juni	2018
Nummer 13	September	2018
Nummer 14	December	2018

Verspreidingsgebied (7.500 stuks)

Huis aan huis in de volgende postcodes:
2102, 2104, 2105, 2106
Postcode 2101 bij alle bedrijven
(niet in brievenbussen met een sticker)
De overige 500 stuks liggen o.a. bij het gemeentehuis



Aanleverspecificaties

Advertorial / Bedrijfspresentatie

- Alle redactionele pagina's worden opgemaakt volgens het stramien van het HIK magazine. Binnen dit stramien wordt geen gebruik gemaakt van vette of gekleurde woorden of stukken tekst. Indien u een stuk tekst eruit wilt laten springen, kunt u een kader gebruiken.
- Een pagina bevat tussen de 300 en 500 woorden. Per afbeelding gaan er 100 tot 150 woorden van de bruto tekst af.
- Logo aanleveren als .AI of .EPS bestand. Indien niet mogelijk kan een hoge resolutie .PNG, .TIFF, .PDF of .PSD bestand ook voldoen. (onze studio beoordeelt of dit bruikbaar is)
- Afbeeldingen aanleveren met een zo hoog mogelijke resolutie. LET OP! Afbeeldingen moeten zelf gemaakt of in eigen beheer zijn, het is verboden om afbeeldingen zomaar van internet af te halen en die in uw drukwerk te gebruiken.
- Tekst en beeld worden opgemaakt volgens het stramien van het magazine. Mediadam bepaalt dan ook de uiteindelijke indeling. U kunt de voorkeur voor de plaats op de pagina van beeld wel uitspreken. Mediadam kan niet garanderen dat dit ook wordt uitgevoerd.

Advertentie

- Aanleveren via e-mail. Bij grote bestanden die niet via de mail kunnen graag WeTransfer.com gebruiken.
- Formaat: 250 x 350 mm (staand)
- Opgemaakte pagina's aanleveren als hoge resolutie (minimaal 300 DPI) PDF. Mediadam kan in deze pagina's geen correcties meer doorvoeren.
- Alle kleuren in CMYK, dus geen steunkleuren (PMS) of RGB-kleuren in het bestand.
- Aflopende advertentie: reken 3 mm afloop rondom (dus boven, onder, links en rechts). Het bestand dat u aanlevert, is dus 3 mm groter dan het formaat dat over moet blijven. Zo kan het magazine gesneden worden zonder dat uw advertentie wordt aangetast.
- Alle teksten dienen omgezet te worden naar lettercontouren voor het uitsluiten van fontconflicten.
- Belangrijke tekst, beeld en kaders moeten tenminste 8 mm van de snijrand afstaan.
- Een advertentie mag niet voorzien zijn van een knipbon.
- Een advertentie mag uit maximaal 40 woorden bestaan.
- Advertenties die niet aan bovengenoemde voorwaarden voldoen, moeten opnieuw worden aangeleverd.
- Advertenties moeten foutloze tekst bevatten. Mediadam kan hierin geen wijzigingen meer doorvoeren.



Benjamin Haaker
Eigenaar
Mobility Group Haaker

In 1989 werd Auto Halan van de familie

Haaker officieel Lancia-dealer in

Amsterdam. Twintig jaar later kwam

het Heemsteedse filiaal erbij, waardoor

het dealerschap werd uitgebreid met

de merken Fiat en Jeep. In 2008 nam

Benjamin Haaker het stokje van zijn

vader over en vond dat Halan (een kruis-

sing tussen Haaker en Lancia) de lading

niet meer dekte. Zodoende veranderde

de naam in januari 2017 naar Mobility

Group Haaker (MGH).

"Door de rayons is er een verdeling van automerken. Zo vind je bij de Heemsteedse vestiging Fiat en bij de Amsterdamse vestiging Jeep, Chrysler en Dodge. Je kunt echter bij beide vestigingen voor alle merken terecht. We vinden de persoonlijke benadering erg belangrijk, dus dan moet men overal terecht kunnen."

Fiat 60th anniversary

Als je de showroom op de Cruquiusweg binnenstapt, valt het strakke interieur gelijk op. "Het is geen toonzaal, maar een galerie. Fiat bestaat zestig jaar, dus er is een hoop moois te zien. Zo hebben we hier de allereerste Fiat 500 staan, maar ook de laatste uitgave van Fiat, de Tipo. De Tipo is uitgekomen in een hatchback en een station. Dat zijn gezinsauto's die qua prijs-kwaliteitsverhouding erg goed in de markt liggen. Verder blijft de Fiat 500 altijd een topper en is de Panda niet meer uit het assortiment weg te denken."

Kennis van alle merken
Maar hoe zit het dan met Lancia? "Hoewel Lancia steeds meer verdwijnt buiten Italië, kun je bij MGH nog wel terecht voor een nieuwe Lancia Ypsilon of voor onderhoud en reparatie van je huidige Lancia. Soms kan men hier met alle automerken terecht, of het nou om een vraag of om onderhoud gaat. Onze monteurs zijn zo goed geschoold, dat ze elk merk kunnen behandelen."

Persoonlijk en professioneel
MGH mag dan wel een familiebedrijf zijn, maar is wel anders dan anderen. "We hebben meer mensen in dienst dan een familiebedrijf, maar hebben minder merken dan een grote holding. We zijn te klein voor het tafelakken, maar te groot voor het servetle en dat is goed. Ik zie wel dat schaalvergroting een must is, dit zal dan ook binnen twee à drie jaar gereïscaleerd moeten worden. Dat is goed te doen; de kosten kunnen prima verdeeld worden en het

De 6 zekerheden van Mobility Group Haaker

- 1 Een warm welkom. Dienstbaarheid, een open en warme uitstraling, enthousiasme, teamspirit en bovenal gastvrijheid staan bij ons op de allereerste plaats. Wij willen dat u als klant graag langskomt bij Mobility Group Haaker. De versgemaakte koffie en onze enthousiaste medewerkers maken uw bezoek een plezierige aangelegenheid.
- 2 Oplossingen op maat. Wij denken graag met u mee, wij bedenken altijd de juiste oplossing voor u met aandacht voor de beste prijs-kwaliteitsverhouding. Wij denken in oplossingen en niet in problemen, uw mobiliteitsproblemen en -vraagstukken lossen we graag voor u op. En op zo'n manier dat u uiterst tevreden bent met de oplossing.
- 3 Goede service. We maken altijd duidelijke afspraken met u, we bieden een betrouwbare service: veiligheid boven alles, niets is ons teveel en we zijn altijd voor u (online) beschikbaar. We horen de vraag achter de vraag en denken graag met u mee.
- 4 Vakmanschap. Al onze medewerkers zijn vakbekwaam, gespecialiseerd en worden op frequente basis bijgeschoold. Onze medewerkers beschikken over het juiste gereedschap, geschikt voor de merken waaraan we werken. Tevens hebben zij veel ervaring in huis. Zo wordt u professioneel en snel geholpen.
- 5 Mobility Group Haaker ontzorgt. Wij bieden gedegen advies op het gebied van verkoop en onderhoud. Wij houden u altijd mobiel. Wij ondersteunen alle vormen van mobiliteit. Wij leveren haal en brengservice en wij bieden altijd de juiste prijs-kwaliteitsverhouding. Wij zorgen ervoor dat u geen zorgen heeft op het gebied van mobiliteit.
- 6 Uw mening telt. Uw mening is voor ons belangrijk, daarmee kunnen wij onze service verbeteren. Spreek onze medewerkers aan, geef uw mening op klantenvertellen.nl of reageer op Facebook, Instagram of Twitter. Wij doen er alles aan om de Klantenvredendheid op een zo hoog mogelijk niveau te krijgen.



maakt geen verschil onze backoffice nou met twee of vier vestigingen bezig is, zolang de systemen maar goed op orde zijn, en dat is het geval. Met ons CRM-systeem onderscheiden we ons van andere dealers. We kunnen het goed persoonlijk blijven. Als iemand bijvoorbeeld jarig is, krijgt diegene een belletje in plaats van een automatisch kaartje. Dat kaartje is te onpersoonlijk en past niet bij ons. MGH blijft persoonlijk én professioneel."

Nieuwe kansen voor MGH
Het woord Mobility is niet voor niets aan de nieuwe naam toegevoegd. "We proberen met mobiliteit vernieuwend te zijn en dat is in de breedste zin van het woord. Boven de Amsterdamse vestiging zit sinds kort een fietsengroothandel, De Fietsfabriek, waarin ik een mooie combinatie zie ontstaan. Amsterdammers betalen zich scheel aan auto-kosten, zeker diegenen zonder gezin. Binnenkort gaan we een pilot draaien waarbij we een

soort abonnement introduceren. Je kunt een fiets leasen en als je dan bijvoorbeeld in het weekend naar je familie gaat, kun je een auto van ons pakken. Dit wordt uiteraard ook mogelijk voor Heemstedanaren en Haarlemmers."

Stereotype autoverkoper?
"MGH probeert altijd een mobiliteitsoplossing voor mensen te vinden. We kijken eerst naar de behoefte in plaats van dat we gelijk een nieuwe auto proberen te verkopen. Als iemand interesse heeft in een Fiat 500 en we vragen door, krijgen we soms te horen dat iemand dan bijvoorbeeld een gezin met drie kinderen heeft. Dan is de Fiat 500 niet de auto voor jou en denken we mee wat dan wel bij jouw situatie past. Bij Mobility Group Haaker kom je niet het stereotype autoverkoper tegen."

"We zijn te klein voor het tafelakken, maar te groot voor het servetle"

MOBILITY GROUP HAAKER
Cruquiusweg 35
2102 LS Heemstede
www.mgh.nl/heemstede

Spread advertentie | 500 X 350 mm (liggend) + 3 mm afloop

#1. Ga voorproeven
OK, laten we maar meteen beginnen met het leukste: voorproeven. Wij hebben het hele jaar door proeverijen, maar speciaal voor de feestdagen staan er nu continu flessen open. Probeer je tijdens het proeven een beetje te verplaatsen in de avond en het gerecht, maar kies vooral een wijn waar je zelf van overtuigd bent.

#2. Denk na over de line-up
Net als op de dansvloer begin je ontspannen en bouw je het op naar het hoogtepunt. Dat geldt niet alleen voor de wijn, maar ook voor de volgorde van de gerechten. Smaakpapieren kunnen goed opschakelen, maar hebben geen achteruit. Begin dus met een bubbel of een lichte witte wijn en werk dan geduldig toe naar de zware rode uitsmijter van de avond of eventueel de dessertwijn.

#3. Combineren is niet moeilijk
De basis van wijnen met gerechten combineren is niet moeilijk en je komt er al heel ver mee. Het uitgangspunt is dat je de elementen van het gerecht terug laat komen in de wijn. Is het bijvoorbeeld een licht en fris gerecht (zoals een salade, viscarpaccio, etc.), zoek dan dan ook een frisse witte wijn bij. Andersom geldt ook dat een vol gerecht met veel smaak vraagt om een sterke wijn die daar tegenop kan. Peper en pittige smaken maken de tannines in een rode stevige wijn zachter en kies bij een zoetig gerecht eerder een aromatische volle witte wijn. Zo, wijnfijns in vijf zinnen, maar als je dit als leidraad gebruikt, dan zit je altijd in de goede richting.

#4. Wijnen met een verhaal zijn leuker
Niets moet en iedereen heeft een eigen smaak, maar het leuke van wijn is dat elke fles anders is. Dat geldt zeker voor flessen die door echte wijnboeren gemaakt zijn en niet uit een fabriek komen. Het verhaal van de streek, de druif en de wijnboer laten de wijn gegarandeerd meer leven aan tafel.

#5. Zet een volle rode wijn van tevoren open
Eigenlijk is geen mooi diner compleet zonder een mooie volle rode wijn waar iedereen even moeilijk bij kan kijken. Volle rode wijnen bevatten vaak veel tannines, alsof ze nog jong zijn (en bijna alle rode wijnen worden tegenwoordig jong verkocht). Die tannines worden zachter als je het geduld hebt om de wijn een paar jaar te laten liggen. Maar als je die tijd niet hebt, of gewoon ongeduldig bent, dan is het een goed idee om de wijn ruim van te voren open te maken.

BONUSTIP!
Zorg dat je gezellig zit
Je kunt nog zo hard je best gedaan hebben op de lekkerste gerechten en de beste wijnen, maar het is natuurlijk niet zo belangrijk dat het ook gezellig is aan tafel. Als je de gastenlijst niet helemaal zelf kunt bepalen, zorg er dan voor dat je strategisch goed zit. En anders in ieder geval dicht bij een fles wijn, want je hebt genoeg om over te praten na het lezen van deze tips.

Zorg goed voor je huid
"Je huid is je grootste orgaan, daar moet je goed voor zorgen. Iedere huid kan te allen tijde verbeterd worden en kan met de juiste methodes en technieken een gezonde, vitale en jeugdige toekomst tegemoet zien. Met behulp van specifieke producten in combinatie met daarbij horende massagetechnieken, is het mogelijk om het zelfherstellende vermogen van de huid te stimuleren. Dat zelfherstellende vermogen zorgt voor zowel een gezonde als een stralende huid."

5 WIJNTIPS VOOR HET PERFECTE KERSTDINER



Binnenweg 200 A
2101 JS Heemstede
www.grapedistrict.nl

grapedistrict
drinkdifferen

Stay Beautiful

Fleur Avis-Obermann opende in 2008 Fleur Skincare, praktijk voor schoonheidsspecialisatie en huidverbetering. Fleur is TCI gediplomeerd schoonheidsspecialist en kernlid van de Anbos Brancheorganisatie Schoonheidsverzorging.



Fleur Avis-Obermann
Eigenaresse
Fleur Skincare

Naam: Fleur Avis-Obermann (41)
Getrouwd met: Frits Avis (44)
Kinderen: Jack (8), James (6) & Cooper (4)
Opleiding: hbo Lerarenopleiding Engels, PIR & Voorlichting Schoevers
Woonst in Heemstede sinds: 2006
Hobby's: "tinken voor de liefsten, ballet, muziek luisteren, collages maken"
Heemsteedse hotspot: het bankje aan het eind van de Amalia van Solmslaan aan de Schellewagelaan in de Spaarne.
Bij mooi weer gezellig piknicken en bootjes kijken met de kinderen.
Motto: "A smile is the best makeup"

Fleur komt uit de zakelijke dienstverlening, de werving en selectie om precies te zijn. Hoewel het geweldige en leerzame jaren waren, bracht het werk haar persoonlijk te weinig. "Het ging te vaak over het maximaliseren van omzet en het realiseren van targets en doelstellingen. Daar kon ik mij niet meer mee identificeren." Fleur gooide het roer om en is precies dat gaan doen wat ze leuk vond en waarvan ze zeker wist dat ze het ook goed kon; de opleiding voor schoonheidsspecialist. "De huid, schoonheidsspecialisatie, massagetherapie en alles daaromheen hebben mij altijd enorm gefascineerd. Dat, in combinatie met klantcontact op een persoonlijk niveau, is voor mij de ultieme match." Ook na haar opleiding is Fleur altijd haar kennis over het vak en de huid blijven aanscherpen met trainingen en opleidingen.

Zorg goed voor je huid
"Je huid is je grootste orgaan, daar moet je goed voor zorgen. Iedere huid kan te allen tijde verbeterd worden en kan met de juiste methodes en technieken een gezonde, vitale en jeugdige toekomst tegemoet zien. Met behulp van specifieke producten in combinatie met daarbij horende massagetechnieken, is het mogelijk om het zelfherstellende vermogen van de huid te stimuleren. Dat zelfherstellende vermogen zorgt voor zowel een gezonde als een stralende huid."

Fleur Skincare werkt onder andere met het huidverbeterende merk hannah. Fleur is inmiddels gecertificeerd hannah huidcoach en bindweefselmasseur. De hannah bindweefsel-massage stimuleert de huiddoorbloeding, werkt op verjonging van de huidstructuur, reduceert van blokkades en het verstevigen van het bindweefsel. "De resultaten bij regelmatige toepassing van de hannah bindweefsel-massage zijn verbluffend op langere termijn, maar ook op korte termijn zie je resultaat. Zeker in combinatie met de hannah productie die je thuis kunt gebruiken." Door de huid goed te doorbloeden, is deze beter in staat om voedingsstoffen uit huidverbeterende producten op te nemen en afvalstoffen af te voeren. Bij een slechte doorbloeding kunnen onder meer rimpels, verklevingen of acne ontstaan. "In mijn praktijk werk ik aan de gewenste huidverbetering, of het nu gaat om rimpels, acne, pigmentvlekjes, grove poriën, een valse teint of eczeemplekjes."

Een beetje mindfulness
Naast het stuk huidverbetering vindt Fleur het ook belangrijk om tijdens haar behandelingen bij te dragen aan een stuk ontspanning voor haar klanten. "Het leven is te gehaast tegenwoordig, iedereen wil alles doen, overal zijn en houdt honderd ballen in de lucht. Als moeder van een gezin met kleine kinderen en een goedlopende eigen praktijk weet ik daar

alles van. Huidverbetering in combinatie met een beetje mindfulness zou ik het willen noemen. De eerste paar minuten van een behandeling geef ik altijd een beetje ruimte om wat te praten maar daarna benoem ik ook echt dat het prettig is om de resterende tijd in stilte door te brengen. Het is zo ontspannend om al en toe gewoon te zijn en niets te hoeven doen, zelfs niet te praten. Als klanten enigszins gespannen bij mij binnen komen en ontspannen en met een stralend gezicht de deur uit gaan dan geeft mij dat een goed gevoel." Fleur Skincare biedt persoonlijke aandacht door een zorgvuldige huidmeting met de Skin Analyzer, een goed huidadvies en op maat gemaakte behandelingen in een prettige ambiance.

fleur
skincare

Lucas van Leydenlaan 12
2021 AZ Heemstede
www.fleuriskincare.nl



Fotografie: Cynthia van Dijke

Hele pagina advertentie | 250 X 350 mm (staand) +3 mm afloop